

# Regional = gut

Seit alle Diskonter Bio-Lebensmittel führen, büßt ‚Bio‘ seine bisherige Exklusivität zum Teil ein“, sagte bei einem Seminar in der Wirtschaftskammer Jonnes Mayr vom Marktforschungsinstitut KeyQuest in Garsten. Bei einer Befragung „Welche Lebensmittel werden in Zukunft gewinnen?“ landete 2006 „Bio“ auf Platz eins, „Regionalität“ auf Platz fünf. Jetzt aber liegt Regionalität vorne.

**Regionalität gewinnt an Bedeutung, Bio verliert sie offenbar.**

Nun weiß der Marktforscher, dass die Antworten nicht 1 : 1 das Kaufverhalten repräsentieren, es sind „Kopfantworten“. Trotzdem sind sie interessant. Wobei anzumerken ist: „Regionalität“ sehen Konsumenten unterschiedlich: Vom nahen Bauernhof, über den Wochenmarkt, den Bezirk, einen 100-Kilometer-Umkreis bis zum eigenen Bundesland.

Warum verliert Bio an Bedeutung? Der Exklusivitätsverlust wurde schon genannt. Ihn können die Bio-Preise, die dank Diskontern und Supermärkten zum Teil längst nicht mehr so deutlich höher sind wie früher, nicht ausgleichen. Ich denke, dass es auch viele Konsumenten irritiert, wenn sie zunehmend oft bemerken, dass Ketten mit zentralem Einkauf Biolebensmittel nicht aus der Region, dem Bundesland, ja nicht einmal aus Österreich liefern lassen. Bei Bananen ist das ok, bei Milch zum Beispiel nicht recht verständlich.

Regionalität schafft Vertrauen, sagen Marktforscher. Das liege auch daran, dass die Globalisierung viele sorgt oder ängstigt. Kunden schätzen die kurzen Transportwege und die Frische.

Weil das so ist, wundert mich, dass Supermärkte und Diskonter wenn überhaupt, nur zaghaft, beginnen, regionale Lebensmittel (auch, ja gerade, Bioprodukte) im Angebot hervorzuheben.